SEÑOR PRESIDENTE.- Habiendo número, está abierta la sesión.

(Es la hora 15 y 18 minutos)

Los miembros de la Comisión Especial sobre Medios de Comunicación Social tienen el agrado de recibir al Consejo Directivo de ANDEBU y cedemos el uso de la palabra al señor Senador Larrañaga, autor de la iniciativa que nos ocupa, a efectos de que los informe.

SEÑOR LARRAÑAGA.- Realmente es un gusto recibir al Consejo Directivo de ANDEBU. En el Senado de la República realizamos un planteo vinculado a analizar la situación de los medios de comunicación social en el Uruguay y la enorme trascendencia que en una democracia tiene la mayor o menor independencia de estos, teniendo en cuenta que la profunda crisis que padece el país, no es ajena a la situación que viven prácticamente la unanimidad de los medios de comunicación.

Esta Comisión Especial, que está constituida por diez Senadores que representan a la totalidad de los Partidos Políticos que integran el Senado de la República, pretende recibir a todos los sectores de los medios de comunicación -es decir, trabajadores, empresarios y también empresas del Estado- a efectos de analizar la difícil situación que atraviesan desde el punto de vista económico. De esta forma, intentaremos encontrar soluciones legislativas o, a través del Poder Ejecutivo, porque entendemos que el problema no es solamente de los medios de comunicación, sino que abarca a la sociedad en su conjunto ya que hace a la democracia del país.

Ese es un poco el objetivo del planteamiento que habíamos hecho en su momento en el Senado, ya que habíamos analizado oportunamente que había y hay legislación comparada en el mundo, legislación tuitiva sobre los medios de comunicación, y habida cuenta del interés público que dichos medios representan en la vida de los países. Por nuestra parte queremos abreviar lo que pueda ser nuestra exposición, ya que seguramente la misma ha estado en conocimiento de nuestros invitados porque en el Senado pedimos que la versión taquigráfica sea enviada a todos los medios de comunicación a los efectos de que tuvieran conocimiento del propósito y los objetivos que perseguía esa convocatoria del Senado y, con posterioridad, el trabajo en Comisión.

Por lo tanto, en función de lo que ha expresado el señor Presidente de la Comisión, nos gustaría que nuestros invitados informen sobre la situación actual de los medios que ustedes representan, en este propósito común de buscar, entre todos, soluciones que le sirvan a los medios de comunicación, en toda su extensión, y también a la democracia del país.

SEÑORA FONTAINA.- En primer lugar, quisiera agradecer la creación de esta Comisión y la idea del señor Senador Larrañaga, cuando muchas veces nos hemos quejado por la falta de posibilidades para el aporte, con una cierta idoneidad, que puede realmente prestar ANDEBU, y en momentos en que hemos cumplido -la semana pasada- setenta años de vida. Así que realmente estamos muy felices y, a su vez, los felicitamos a los señores Senadores por la idea.

La radiodifusión es uno de los pocos sectores de servicios y de la actividad nacional, que se mantienen en pie, a pesar de los avatares y las grandes dificultades que estamos todos viviendo. Hemos visto que los servicios han disminuido notoriamente y otros sectores, como la industria y el agro, también están con dificultades. Asimismo hay otros sectores que están viendo si cierran sus puertas.

Los radiodifusores nos seguimos manteniendo en pie y realmente decimos que a pesar de todas las dificultades -todo este tema está incluido en un memorando que le adjuntamos a la nota que les hicimos llegar- seguimos batallando.

Reitero que para el aporte y el trabajo que pueda derivar de esta Comisión estamos muy preparados y más que dispuestos a brindarlo en lo que pueda ser de utilidad.

Considero -hablo en primera persona, porque es una de mis impertinencias- que la radiodifusión nacional -manteniéndonos en el plano nacional- constituye, en su larga historia, uno de los aportes fundamentales -más allá de la vida de ANDEBU- a la soberanía nacional. Es decir que no hemos ayudado, simplemente, a que la identidad nacional se establezca en sus diferentes aspectos y se fortalezca, y mi impertinencia va mucho más allá para decir que la radiodifusión, en sus más de ochenta años de trajinar en el país -que es relativamente joven en ese sentido y para una historia también tan joven como la de la radio- ha hecho un aporte muy valioso. Justamente por eso, tenemos en nuestro poder un memorándum que ha sido trabajado con mucho cuidado por el Consejo Directivo y que el doctor Andrés Lerena, que es nuestro asesor legal, va a explicar de qué se trata.

SEÑOR LERENA.- Como dijo la señora Fontaina, soy asesor letrado del Consejo Directivo de ANDEBU.

Quiero comenzar señalando que lo que hoy trajimos es un documento institucional que hemos preparado desde hace un tiempo y al que le hemos hecho algunas actualizaciones, fruto de las modificaciones que, a su vez, ha habido en algunos de los temas que se plantean en el mismo. A vía de ejemplo, diré que en este documento -cuando se redactó inicialmente- figuraban dos planteos que hacían, justamente, a la labor legislativa. Uno de ellos estaba relacionado con nuestra solicitud de que se aprobara una ley que penalizara lo que llamábamos el hurto de señales, que posteriormente fue aprobada por el Parlamento.

En ese documento original también había un punto que planteaba la importancia que ANDEBU asignaba a la protección de los derechos de los radiodifusores en la legislación sobre derechos de autor. Posteriormente, se aprobó una Ley sobre Derechos de Autor, que recogió en gran parte los planteos de ANDEBU en lo que hace a la protección de las señales. Por ese motivo, quiero señalar que el Parlamento no ha estado ajeno ni se ha mostrado insensible a muchas de las preocupaciones planteadas por los radiodifusores.

De todas maneras, este no es un documento de coyuntura, sino que fundamentalmente establece principios y criterios generales de ANDEBU sobre los grandes temas de la radiodifusión. Por tanto, vamos a dar una explicación muy sintética de los grandes

puntos que incluye este memorándum, y después haremos algunas consideraciones particulares sobre la situación que atraviesa actualmente la radiodifusión. Desde ya podemos adelantar -como lo saben los señores Senadores- que estamos viviendo lo que seguramente ha sido y es la peor crisis de los medios de comunicación social en la historia del país, desde el punto de vista económico.

En este documento comenzamos diciendo algo que estaba en la preocupación del señor Senador Larrañaga cuando planteó este tema en el Parlamento y se aprobó, a nivel de la Cámara de Senadores, la creación de esta Comisión. Se trata de la importancia que tiene la existencia, en una política de desarrollo integral del país, de una estrategia de fortalecimiento de los medios de comunicación social en general, y de los medios de radiodifusión en particular, es decir, de la radio y de la televisión.

En el mundo actual -que, según se dice, es globalizado y competitivo- nos interesa mucho destacar la importancia que tiene el fortalecimiento de las empresas de radiodifusión nacional.

Adelanto que sólo voy a leer algunos párrafos de este documento. En uno de ellos, se expresa lo siguiente: "Toda política de Estado en materia de comunicaciones debiera tener como uno de sus criterios cardinales la protección de la radiodifusión establecida en el país como instrumento de promoción de las pautas y valores que constituyen el patrimonio e identidad cultural de nuestra sociedad. Los medios de comunicación social son, además, el vehículo indispensable para la realización de la libertad de expresión del pensamiento y el derecho de información, sustento de la convivencia democrática y pluralista de las sociedades."

Antes que nada, cabe destacar la importancia que asignamos a que exista en nuestro país una política de desarrollo integral y a que uno de sus ejes cardinales sea una estrategia de fortalecimiento de los medios de radiodifusión de nuestro país, es decir, de las empresas de radio y televisión.

El segundo párrafo del documento se refiere a la importancia que tienen actualmente todos los aspectos transnacionales en las comunicaciones, o sea, todo lo relacionado con las negociaciones a nivel internacional. Planteamos que es fundamental contar con una presencia permanente, especializada y solvente, no solamente del Gobierno de nuestro país, sino también del sector privado, en los foros internacionales que actualmente tratan el tema relativo a los medios de comunicación social y, en particular, los de radiodifusión.

El tercer párrafo se refiere a la libertad de expresión del pensamiento, al derecho de información y a la radiodifusión privada. En este caso, queremos destacar que en las declaraciones de principios, tanto de ANDEBU como de la Asociación Internacional de Radiodifusión que aquélla integra -y de la que también ha sido socia fundadora, teniendo una participación muy protagónica en toda su historia- se destaca la importancia de la radiodifusión privada como garantía de la variedad de información, como medio para el ejercicio de esta libertad y elemento esencial de una sociedad pluralista y democrática. Concretamente, nos referimos al papel de la radiodifusión privada.

En el párrafo siguiente del documento nos referimos a un tema muy propio de la radiodifusión -de la radio y de la televisión- vinculado con la titularidad y adjudicación de frecuencias radioeléctricas. En cuanto a la titularidad, siempre hemos escuchado decir -y, seguramente, los señores Senadores también- que la adjudicación de permisos para la explotación de la radio y la televisión, es precaria. Al respecto, ANDEBU es contraria, por principios lógicos y jurídicos, a que luego de que el Estado convoca a particulares a explotar las frecuencias de radiodifusión de que dispone y los particulares hacen grandes esfuerzos de inversión económica, de creatividad y obtienen una audiencia, valorizando la frecuencia, puedan ser desplazados de la explotación de esa frecuencia como simples ocupantes precarios. Por eso, en este documento indicamos que hay una concepción bastante difundida, incluso a nivel de Gobierno, de que esta adjudicación es precaria y revocable. En realidad, pensamos que no debe ser así, sino todo lo contrario.

Reitero que esto figura en el párrafo que acabo de mencionar sobre la importancia que asignamos al hecho de que el titular de una frecuencia de radio o televisión tenga permanencia en su explotación.

Vamos a aclarar que esto es lo que ha venido sucediendo en la realidad de nuestro país. En las muy escasísimas situaciones en que ha habido una revocación -diríamos, arbitraria- de los permisos, luego la misma se dejó sin efecto. De todos modos, para nosotros, la concepción de que la adjudicación de los permisos de radio y televisión es precaria es contraria a los principios lógicos y jurídicos que hacen a ANDEBU y a la seguridad jurídica y económica de los empresarios que asumen el riesgo de la explotación de esta actividad.

También nos preocupa un aspecto que hemos venido planteando desde hace mucho tiempo y que se refiere a la adjudicación de las frecuencias. En tal sentido, en el documento que hemos elaborado decimos que: "Una radiodifusión sólida, profesional e independiente reposa en empresas capaces de desarrollar todas sus potencialidades en el campo técnico, en el campo de la programación, en el campo periodístico, etcétera, con el único sustento de la publicidad comercial."

Me voy a detener en un párrafo del documento que me parece que es muy importante y que expresa que: "Nuestro país tiene, seguramente, uno de los más altos índices en el mundo, para no decir el más, de cantidad de radios por habitante, excediendo largamente todos los parámetros que normalmente manejan las Administraciones de los Estados. Esto ha producido una ostensible ‘saturación’ en todas las localidades del país. Hay ciudades de nuestro país que con aproximadamente 30 mil habitantes y un movimiento comercial muy limitado, tienen cinco radios, un canal de televisión abierta y una o dos empresas de televisión para abonados con canales de generación propia que también basan sus únicos ingresos en la publicidad comercial, lo que suma dos o tres canales de televisión local.

La situación puede parecer, en apariencia, muy democrática y plural, pero es en realidad absurda e insostenible en un plazo no demasiado largo. Es más que difícil en estas condiciones, para no decir milagroso, incorporar los progresos tecnológicos, contar con recursos humanos profesionales y capacitados y con los medios materiales indispensables, para no solamente sobrevivir, sino para desarrollarse en un mundo, particularmente el de los medios de comunicación, cada vez más globalizado y competitivo.

Si bien es cierto que una buena cantidad de radios contribuye al pluralismo y variedad de la información y de la programación en general, lo que es positivo, también es preciso tener en cuenta que una radiodifusión" -esto es lo que habíamos dicho en el acápite- "sólida, profesional e independiente reposa en empresas capaces de desarrollar todas sus potencialidades en el campo técnico, en el campo de la programación, en el campo periodístico, etcétera , con el único sustento de la publicidad comercial.

ANDEBU, desde hace varios años, viene planteando sin mayores resultados una serie de consideraciones sobre principios y criterios que, a su juicio, se deberían aplicar en la distribución de nuevas frecuencias de radiodifusión, de manera que esa distribución se realice en forma orgánica y racional, con una conjugación equilibrada de los diversos intereses en juego."

Otro punto que tratamos en el documento es el tema de las emisoras ilegales. Al respecto expresamos que "ANDEBU y la Asociación Internacional de Radiodifusión -AIR- están especialmente preocupadas por el fenómeno de las emisoras ilegales, mal llamadas 'comunitarias'. Este fenómeno se ha comenzado a propagar peligrosamente en nuestro país, creando problemas cuyo control resulta cada vez más difícil.

El tema de las emisoras ilegales trasciende el ámbito nacional y tiene también repercusiones internacionales, poniendo en juego la responsabilidad de los Estados omisos en el control.

ANDEBU considera de fundamental importancia la aprobación de una ley que establezca el carácter delictual de la conducta de las personas que explotan ilegalmente frecuencias de radiodifusión."

El apartado siguiente se refiere a las relaciones entre radiodifusión privada y radiodifusión estatal.

El documento dice: "Nuestra sociedad ha optado, acertadamente, por un sistema predominantemente de radiodifusión privada, financiado exclusivamente por la publicidad comercial, con un sector estatal (SODRE) que cumple o debiera cumplir una función complementaria, subsidiaria, desarrollando sus actividades en aquellas áreas, que siendo valiosas social y culturalmente, no son propicias para el ámbito privado".

Los señores Senadores podrán observar que en el documento hay una posición crítica de ANDEBU con respecto a algunos aspectos de la actividad que desarrolla el SODRE desde el punto de vista comercial. Se dice: "El SODRE, por otra parte, comercializa publicidad en el ámbito privado, compitiendo con las empresas de radiodifusión privada. En este caso, la empresa pública, que cuenta con fondos presupuestarios (provenientes de impuestos) y un déficit que cubre Tesorería, se encuentra en condiciones de comercializar publicidad a precios que no son los de mercado, distorsionando la competencia.

Por último, consideramos improcedente la cesión de espacios a privados (venta de espacios o 'pseudo coproducciones') para la emisión de programas que generalmente responden al interés y provecho del contratista del espacio y no al cumplimiento de los fines del Organismo público.

Un servicio del Estado con cometidos culturales, financiado mediante recursos presupuestales y con una protección legal en cuanto a la inversión estatal en publicidad, no debería competir en el campo comercial con la radiodifusión privada. No debiera tampoco favorecer a terceros privados, proporcionándoles una infraestructura empresarial y la posibilidad de utilizar frecuencias radioeléctricas, sin efectuar inversiones, sin asumir mayores riesgos y sin cumplir las condiciones legales que implica la instalación y funcionamiento de una emisora de radiodifusión privada".

El apartado siguiente se refiere a un tema hoy particularmente sensible, que es el de la publicidad estatal. El documento dice: "No cabe duda que el manejo de la publicidad de los organismos del Estado no siempre es el más adecuado. ANDEBU ha planteado, más de una vez, la conveniencia de que a la publicidad estatal se apliquen criterios de eficiencia, transparencia y equidad.

Sin perjuicio de ello" -creo que es muy importante destacar esto en este momento- "es un gran error pensar que el gasto del Estado en publicidad es superfluo y prescindible.

Es un error, primero y antes que nada, porque gran parte de este acto es en información absolutamente indispensable, sin la cual la comunicación de esos organismos con el público y por tanto su actividad, quedarían paralizadas.

Por otra parte, es un criterio indiscutible de las sociedades modernas que la publicidad no es un gasto, sino una inversión imprescindible para el desarrollo de las organizaciones. Todas las organizaciones, cualquiera sea su índole, tienen una política y acciones de promoción de sus actividades, productos, resultados, etcétera.

Las empresas más importantes del país son empresas públicas, y éstas tienen productos que ofrecer y vender al público y también una imagen que promocionar. Es absurdo pensar que el esfuerzo de reestructura y mejoramiento de ciertas empresas estatales fuera completo, si no estuviese acompañado de una publicidad que reforzara la percepción de la sociedad sobre esos cambios.

Asimismo, los medios de comunicación están prestando continuamente una importante colaboración gratuita a los organismos del Estado, informando sobre los objetivos, actividades, problemas y resultados del Estado y sus organismos.

En definitiva, los criterios con que se realiza la publicidad del Estado son mejorables y deben mejorarse. Sin embargo, por esto pensar o sostener que esa publicidad tiene un efecto superfluo, prescindible y, peor aún, que se trate de una corruptela entre los gobernantes de turno y los medios de comunicación es una actitud simplista e injustificable".

En el documento también hacemos alusión al tema de la distribución equitativa de la publicidad estatal, señalando: "Los medios de radiodifusión en el desarrollo de sus funciones informativas y periodísticas prestan un continuo apoyo a las diversas actividades estatales, estando permanentemente a disposición de los organismos públicos para difundir gratuitamente mensajes de interés público, siendo habitualmente reclamados por esos organismos por ser un vehículo probadamente eficiente para ello. En vastas zonas del Interior del país continúan siendo la única fuente de información de sus habitantes.

Pese a las razones apuntadas, los medios de radiodifusión, particularmente las emisoras de radio, no siempre son debidamente tenidas en cuenta cuando se trata de campañas publicitarias pagas, centrándose esas campañas en otros medios que muchas veces no resultan los más adecuados y accesibles a los destinatarios del mensaje.

Se considera pues, que sería un criterio saludable que en las campañas publicitarias pagas de organismos estatales, las pautas se canalicen en forma equitativa a los medios que resulten más adecuados, en base a consideraciones técnicas como las características del producto o servicio, del consumidor o usuario y el mercado".

Por último, en el documento se hace alusión a un tema que está directamente vinculado con las medidas que puede adoptar el Parlamento, no digo para resolver, sino para paliar la situación de crisis de los medios de radio y televisión; me estoy refiriendo a la exoneración tributaria. Ustedes saben que la prensa escrita del interior del país, desde hace muchos años, cuenta con la exoneración tributaria establecida en la Ley de OPI de 1965. Durante mucho tiempo se interpretó que dicha exoneración sólo era aplicable a la prensa escrita del interior del país y, por eso, la radiodifusión del interior del país no contaba con esa exoneración.

Posteriormente, en el año 1990, se aprobó una ley -en la Ley de Presupuesto- que le atribuyó a las empresas de radio del interior del país una exoneración tributaria genérica. En muchas oportunidades se ha hablado de la modificación de estas exoneraciones tributarias. Queremos señalar que el mantenimiento de dicha exoneración a las radios del interior es de fundamental importancia para que las mismas puedan seguir cumpliendo con la función social y cultural que desarrollan. Además, hay que tener en cuenta que esa exoneración tributaria, con que contaba primero la prensa escrita del interior y que luego se extendió a las radios del interior, actualmente, por la Ley de Reactivación Económica del año 2002, se extendió a la prensa escrita de Montevideo. Es decir que actualmente cuentan con la exoneración tributaria: la prensa escrita del interior y de Montevideo y las radios del interior. Nosotros aspirábamos -y lo hemos planteado en diversas oportunidades- a que, lo más inmediatamente posible por razones que creemos de justicia, se extienda esa exoneración tributaria a las radios de Montevideo y a la televisión abierta del interior. O sea que todos los medios de difusión, los medios de comunicación social del interior, radios, prensa escrita y televisión abierta, tengan la misma exoneración tributaria y que, en Montevideo, la exoneración que se le otorgó por la Ley de Reactivación Económica a la prensa escrita de Montevideo, se extienda a las radios de Montevideo. Este es un planteo que hemos venido realizando y que consideramos de estricta justicia. En general, todas aquellas personas a quienes se lo hemos planteado, ya sea a nivel del Gobierno o del Parlamento, han coincidido con nosotros, pero lo cierto es que, hasta el momento, no hemos logrado que se concrete. Pensamos que este es uno de los puntos al que le asignamos mayor trascendencia y urgencia.

SEÑOR MILLOR.- Tengo una pequeña confusión. Cuando usted se refiere a la extensión, que fue por etapas --primero la prensa escrita y radial del interior, después se extendió a la prensa escrita de Montevideo-- y habla de la Ley de Reactivación Económica ¿se refiere al régimen para deducir el IRIC de los gastos de publicidad?

SEÑOR LERENA.- Me refiero, exclusivamente, a que en el año 1965 se aprobó una ley que posteriormente fue ratificada, que estableció que la prensa escrita del interior del país contara con una exoneración tributaria genérica.

Después, en la Ley de Presupuesto de 1990 se estableció que las radios de AM y FM del interior del país también tuvieran esa exoneración tributaria genérica. Por último, en la Ley de Reactivación Económica de 2002 se estableció que se extendía a la prensa escrita de Montevideo la exoneración tributaria genérica, con la salvedad del IVA.

Quiere decir que hay una diferencia entre el alcance de la exoneración tributaria que tiene la prensa escrita y las radios del interior, que abarca todos los tributos, y la exoneración tributaria que se le otorgó, en la Ley de Reactivación Económica, a la prensa escrita de Montevideo, porque se excluyó expresamente, de esa exoneración tributaria, el IVA.

Como sabemos que es política del Gobierno generalizar el IVA o no dar más exoneraciones de IVA, lo que planteamos y pretendemos es que otorgue a las radios de Montevideo el mismo tratamiento tributario que a la prensa escrita de Montevideo, es decir, una exoneración tributaria genérica con la exclusión del IVA.

SEÑOR MILLOR.- Hace muy pocos días, al día siguiente de la sesión del Senado en la que se planteó el tema que nos convoca, el Poder Ejecutivo emitió un decreto por el cual equiparó a la prensa escrita de Montevideo con los beneficios que tenía la prensa escrita y radial del interior para deducir el IRIC de los gastos de publicidad, con una pequeña modificación al decreto Nº 467 de 1997, concretamente, al artículo 1º, en cuyo cuarto párrafo se suprimió la expresión "radicadas en el interior de la República" y al final se agregó "y por los diarios y semanarios radicados en el departamento de Montevideo". Esto es algo muy reciente. Lo señalo, porque si el Poder Ejecutivo accedió a extender este beneficio que los diarios de Montevideo consideraban muy importante para su continuidad, entiendo que también debe ser importante para las radios. Esta parece ser un poco la onda, porque, reitero, esto es muy reciente y no fue a través de una ley, sino de un decreto, más allá de que el Poder Legislativo no tiene iniciativa para promulgar leyes impositivas y, en todo caso, esto ameritaría una minuta de comunicación y la iniciativa tendría que venir desde el Poder Ejecutivo. Justamente, lo que pretendemos hacer es tratar de excitar al Poder Ejecutivo para que acceda a esta solicitud que, reitero, consistiría en una pequeña modificación al Decreto Nº 467/97.

Me gustaría que el señor Senador Larrañaga nos recordara cuándo hizo su exposición en el Senado.

SEÑOR LARRAÑAGA.- El 4 de junio.

SEÑOR MILLOR.- Por nuestra parte, como estábamos al tanto de esa inquietud hicimos ese planteamiento, pero resulta que, más o menos en el momento en que lo estábamos haciendo, el Poder Ejecutivo estaba aprobando el Decreto, porque, reitero, la publicación en la prensa de esta buena noticia fue al día siguiente.

Planteo esto como una herramienta de trabajo. Entiendo que ustedes solicitan algo más genérico, pero esto que tiene que ver con la deducción del IRIC de los gastos de publicidad, me parece que, dentro de lo que pueden ser las exoneraciones impositivas a las cuales pueden acceder, tal vez esta sea la más importante. Pero, además, corremos con la ventaja de que el Poder Ejecutivo accedió a esto para la prensa escrita de Montevideo y, de pronto en esa misma onda, se puede lograr que acceda para las radio difusoras.

Muchas gracias.

SEÑOR LERENA.- Me parece muy importante lo que dice el señor Senador Millor porque, de alguna manera, ello estaría demostrando que el Poder Ejecutivo considera que las situaciones debieran equipararse, es decir que el tratamiento tributario de la prensa escrita de Montevideo debiera equipararse con el de las radios de Montevideo. Esta es la idea que está detrás de ese decreto, pero como también dice el señor Senador Millor, ese texto tiene un alcance mucho más limitado que el planteo que realizamos nosotros y que refiere a la exoneración tributaria genérica -salvo el IVA- que abarca, además, los aportes patronales a la Seguridad Social. Esto constituye un aspecto muy importante para nosotros desde el momento en que contribuiría a que las empresas de radio puedan mantener y preservar el nivel de empleo que tienen actualmente.

Durante muchos años la política del Gobierno fue contraria a dar exoneraciones de aportes patronales a la Seguridad Social. Indudablemente, esa política ha cambiado y, hoy en día, uno de los instrumentos que utiliza el Gobierno para incentivar el empleo en ciertos sectores es, justamente, la exoneración de aportes patronales. Así es que podemos hablar de exoneración de aportes patronales a la Seguridad Social en los sectores exportadores, de la industria, del agro y de la construcción.

Consideramos que esa exoneración tributaria -que abarcaría la exoneración de aportes patronales- está encuadrada dentro de la política actual del Gobierno que permite dar, diría, un incentivo a las empresas para que haya más empleo. A nuestro juicio, este es uno de los aspectos importantes de la exoneración tributaria que estamos planteando; quizá sea el más importante de todos porque permite mantener y mejorar el nivel de empleo de las empresas.

SEÑORA FONTAINA.- No sé si lo que voy a decir ya fue manifestado por el señor Lerena, pero quiero señalar que en este punto las cifras no asustan, porque si bien esta exoneración sería un oxígeno tremendo para todos los medios de Montevideo, así como para la televisión del interior del país, no va a significar una reducción sustantiva en la recaudación del Estado.

SEÑOR LERENA.- Otra cosa que quiero decir es que nosotros tenemos claro que todas las exoneraciones tributarias son iniciativa del Poder Ejecutivo, pero también sabemos de la capacidad que tiene el Parlamento de excitar -como decía el señor Senador Millor- a dicho Poder en estos temas. Además, suponemos que esta Comisión que se ha creado en la Cámara de Senadores es un instrumento muy adecuado para tratar de solucionar -y creo que esa es la finalidad- los problemas de los medios de comunicación social por diferentes vías.

Debemos reconocer que, pese a que hemos encontrado casi un consenso sobre la justicia de este reclamo, hemos quedado bastante decepcionados en cuanto a la concreción de este planteo. Pensamos que la consideración del proyecto de ley de reforma tributaria enviado al Parlamento hubiera sido la oportunidad de abordar este aspecto, pero no perdemos la esperanza de que los parlamentarios puedan lograr una reacción positiva de parte del Poder Ejecutivo para que envíe una iniciativa, como seguramente lo hará con relación a otros temas.

SEÑOR LARRAÑAGA.- Me gustaría saber si la Asociación tiene alguna estimación de la pérdida de fuentes de trabajo en los distintos medios de comunicación durante los últimos años. Por otra parte, quisiera conocer el nivel de presión tributaria que tienen actualmente los medios de prensa de Montevideo que no han sido abarcados por la exoneración que se ha efectuado para los del interior y que ustedes procuran hacer extensiva a los de la capital del país. En ese sentido, sería interesante que se discriminaran los distintos tributos y los aportes al Banco de Previsión Social a efectos de ver cuáles son los que tienen mayor incidencia en cada uno de los medios de comunicación porque, quizás, los canales de televisión tengan mayor presión tributaria que las radios. Entonces, si nuestros invitados han realizado ese relevamiento, creo que sería un dato importante para la Comisión.

SEÑOR LERENA.- Si bien sabíamos que se había creado esta Comisión y que nos iban a invitar para que diéramos nuestro punto de vista sobre esta iniciativa, recibimos la invitación el martes pasado y lamentablemente no tuvimos tiempo de hacer un relevamiento suficientemente confiable sobre ese tema. Lo que tenemos son -y discúlpeseme la expresión que voy a utilizar- estimaciones a ojo de buen cubero y no nos parece adecuado manejarlas en este momento; sí podremos proporcionar esta información a la Comisión cuando tengamos terminado el relevamiento. Hay que tener en cuenta que se trata de datos aproximados porque, como ustedes saben, es difícil tener información enteramente confiable sobre este tema.

Sí queremos que quede claro que cuando planteamos el tema de la exoneración tributaria en Montevideo, lo hacemos exclusivamente con relación a las radios.

Con respecto a la caída del empleo, podemos decir que ha sido muy importante. Todas las radios han tenido un proceso de reducción de costos salariales que en general ha sido muy doloroso. Inclusive, esto ha llevado a que nuestras tradicionales relaciones muy amistosas con la Asociación de Prensa del Uruguay -que es la organización gremial de los trabajadores de la prensa- esté en su momento más difícil por los problemas que tenemos para realizar la renovación del convenio colectivo que siempre se celebró con relación a las radios de Montevideo. ANDEBU siempre efectuó convenios colectivos y establecía los criterios de actualización salarial con APU, pero debido a la situación actual no ha sido posible hacer la renovación.

Es más, como le explicábamos al Presidente de la Asociación de Prensa del Uruguay, todas las radios del país -particularmente, las de Montevideo- han tenido un proceso de ajuste salarial, de reducción de costos salariales, para poder adecuarse a una nueva realidad que, en muchos casos, implica una reducción que estimamos en un 50% de los ingresos de las empresas de radiodifusión. En nuestro país las empresas de radio y televisión abierta se financian exclusivamente con publicidad. Todos sabemos el proceso de ajuste que ha tenido la publicidad estatal pero, también es cierto que, debido a la crisis económica, ha habido un proceso muy fuerte y drástico de la publicidad privada. En términos reales, esto ha llevado a que los ingresos de las empresas de radio y televisión, hayan tenido una drástica y muy importante reducción y, a su vez, esto condujo a la necesidad de un ajuste de costos que también implicó un ajuste salarial. No tenemos ninguna duda de que si las empresas de radio -me refiero simplemente a la modalidad de radios de Montevideo y de la televisión abierta del interior- tuvieran un tratamiento tributario que se equiparase al que tienen las empresas periodísticas de prensa escrita, implicaría un desahogo que le permitiría manejar con otra soltura los temas salariales y de empleo.

SEÑORA FONTAINA.- Aunque más adelante las cifras puedan ajustarse, desde ya podemos informar que el Banco de Previsión Social abona mucho más seguro de paro en la actualidad por las emisoras de Montevideo -porque, justamente, hemos tenido que mandar al seguro de paro a mucha gente- de lo que evidentemente significaría -por más que el ajuste sea digno- esa exoneración de los aportes patronales para las radios de Montevideo.

En cuanto a los últimos puntos arribados por el señor Lerena relativos al relacionamiento con la Asociación de Prensa del Uruguay - que como él bien lo dijo siempre ha sido excelente- debemos decir que muchas de estas gestiones que derivarían en una mejora presupuestal para las empresas, han sido hechas junto con dicha Asociación. Hemos recorrido esta Casa y distintos Entes en busca de, por ejemplo, retomar esa publicidad oficial -a la que también hizo mención el señor Lerena- y de encontrar soluciones que sean justas tanto para la empresa como para sus funcionarios ya que uno sin el otro no pueden funcionar. El Estado ya nos está pagando más por seguro de paro que lo que significaría esta exoneración.

SEÑOR COURIEL.- Creo que la tarea de esta Comisión es muy importante así como también muy relevante es la presentación que realizó ANDEBU. Antes que nada quiero agradecer el estilo, la forma y los temas puestos arriba de la mesa, porque creo que hay asuntos centrales que esta Comisión debería discutir.

En primer lugar, se plantearon temas de estructura y de coyuntura.

Los temas de estructura no son menores y, sin ninguna duda, voy a hacer referencia a ello. Sobre los temas de coyuntura quiero decir que no es que los medios de comunicación vivan la crisis más profunda de la historia, sino que es el Uruguay el que atraviesa esta crisis. Nuestro país tiene una crisis productiva, social y financiera que, sin ninguna duda, también repercute en los medios de comunicación o, por lo menos, debe de repercutir en la publicidad que reciben. De manera que desde este punto de vista también es comprensible la situación coyuntural que se está viviendo y, como tuve que retirarme de Sala un minuto por razones personales, escuché que lo que plantearon con respecto a lo coyuntural fue la necesidad de una exoneración tributaria genérica y no sé si se habían planteado otras medidas solicitadas por la delegación de ANDEBU.

¿Por qué todo esto me parece muy importante? Porque hoy los medios de comunicación tienen un poder excepcional; no tengo duda de eso.

Los medios de comunicación avanzan tecnológicamente, han llegado para quedarse y eso es algo bueno. En particular, soy partidario de algunos puntos a los que hizo referencia el doctor Lerena, como el fortalecimiento de la radiodifusión y la maximización de la libertad de expresión de pensamiento. Sabemos que el país tiene un índice extraordinariamente alto de emisoras radiales por habitante, lo que en mi opinión también es bueno porque si bien es algo que puede saturar, también puede tener que ver con la libertad de expresión. Asimismo, me parece importante el hecho de que la publicidad estatal tenga equidad y transparencia. Sin embargo, siento que los medios de comunicación ejercen una influencia muy importante sobre la identidad del país, sobre sus valores y motivaciones. Sé que siempre la ejercieron, pero hoy, mucho más.

La radio, en particular, es muy importante -es un medio al que le doy una enorme trascendencia- pero está claro que los canales de televisión también han adquirido una extraordinaria influencia, al punto que a veces, de alguna manera, compiten con los partidos políticos. De pronto, la persona que trabaja en los medios de comunicación tiene más influencia sobre la opinión pública que los propios partidos y sus dirigentes. Por supuesto, la realidad es así, y no veo mal que los partidos y los dirigentes políticos desarrollen la capacidad de competir también con quienes no siendo operadores políticos, muchas veces funcionan como tales en los medios de comunicación.

Como vemos, el poder de los medios de comunicación, tanto en lo nacional como en lo internacional, es muy importante. No es una casualidad que los Estados Unidos tengan una extraordinaria influencia en el mundo también por la vía de los medios de comunicación: el 80% de las imágenes proviene de ese país. Como me señaló un alto dirigente español una vez: "Lo que la CNN no informa, no existe en el mundo internacional". Creo que algo de realidad hay en esa afirmación.

De manera que si los medios de comunicación revisten tanta importancia -por lo menos, para mí, por lo que los defiendo en su libertad de expresión de pensamiento que considero vital- me pregunto cómo llegar a su mayor democratización, cómo lograr que en ellos haya igualdad de oportunidades y cómo hacer para que todos los sectores sociales y políticos puedan transmitir sus ideas en igualdad de condiciones. Es aquí, entonces, donde aparece el tema de la competencia, del cual soy partidario. La competencia es central, pero a veces hay que influir para que exista. De lo contrario, se pueden concretar los monopolios o los oligopolios que no hacen bien a dicha compentencia. Entonces, para que haya competencia el Estado debe intervenir.

A continuación, voy a mencionar un ejemplo que no tiene nada que ver con los medios de comunicación. Todos sabemos que la Comunidad Europea subsidia los productos agrícolas -lo cual acaba de ratificar- que lo mismo ocurre con los Estados Unidos y Japón, y que China también protege su producción. Es un ejemplo clásico de falta de libre competencia.

Pienso que es indispensable encontrar mecanismos que permitan que haya real libertad de expresión de pensamiento, igualdad de oportunidades y democratización, de alguna manera, de los medios de comunicación.

Quizás yo no pueda exigir a un establecimiento empresarial que dé oportunidades a todos, porque es el dueño y, sin duda, también tiene derecho a opinar. Admito que estas ideas pueden ser revertidas y que quizás yo no tenga razón, por eso en el fondo también lo estoy consultando. Creo que para que haya libertad de expresión tiene que darse la competencia, es decir, que haya otro medio que exprese una ideología distinta, que refleje sectores sociales diferentes o sectores políticos diversos. Pero, como debe haber competencia, tiene que darse también la oportunidad de que exista una empresa de este tipo que sea capaz de influir.

Probablemente sea en el área de la radiodifusión donde se dé la mayor competencia en el Uruguay, más aún que en la prensa escrita y que en la televisión. Entonces, cuando se habla de adjudicación, me pregunto cómo tendría que ser esa adjudicación desde el punto de vista de los representantes de ANDEBU para que exista la libertad de expresión del pensamiento, para que haya una real compentencia e igualdad de oportunidades, y para que los diversos sectores sociales puedan sentirse representados y tengan la oportunidad de participar en los medios de comunicación aportando sus ideas.

¿Cuál es para ustedes la real competencia? ¿Cuál es para ustedes esa libertad? ¿Cómo se tiene que adjudicar a la radio y a la televisión? Noto que ustedes creen que la autorización no es precaria y no es revocable -sé que eso es discutible porque hay opiniones diversas al respecto- pero me gustaría conocer su opinión sobre ese tema. Creo que el SODRE tiene todo el derecho de competir. Es verdad que, de pronto, se trata de una competencia desleal porque tiene recursos financieros que no poseen el resto de las radios, pero reitero que me parece que tiene derecho a competir y a tener programas similares al resto. Esto no le hace mal al país, siempre y cuando ese medio estatal esté expresando democráticamente el conjunto de los intereses de la sociedad, aunque no es siempre así, por supuesto.

A veces, en la actividad política uno siente -y lo digo con toda franqueza- que cuando va al interior del país las radios son profundamente democráticas. Siento que voy al interior y allí puedo acceder a la radio que sea y a la hora que sea. Es impresionante la facilidad que dan las radios del interior, aunque a veces hay excepciones. Por ejemplo, me ocurrió que en el departamento de Colonia no me dejaron entrar a una radio de una ciudad para poder hablar. Lo cierto es que soy del Frente

Amplio; mala suerte. De pronto, en este momento, soy más criticado por una radio de izquierda que por una de derecha; en estos días, eso me está ocurriendo, pero es parte de la propia libertad de expresión.

Las preguntas concretas tienen que ver con cuál es el criterio de competencia, el de libertad de expresión y el de la adjudicación para que haya igualdad de oportunidades y para que todos los sectores sociales y políticos del país se puedan expresar en igualdad a través de los medios de comunicación.

SEÑOR ABUCHALJA.- Creo que el señor Senador Couriel estuvo fantástico porque "picó" el asunto cuando era imprescindible distendernos en esta reunión, en la que venimos a señalar que la organización que representamos está pasando por momentos muy difíciles. Es cierto, señor Senador, el país está atravesando una crisis muy profunda -quizás la más profunda de su historia- al igual que casi todos los países de América Latina. Vemos que en todas partes del mundo están sucediendo muchos problemas que nos espantan y, felizmente, somos de los países que están más alejados de algunos problemas.

Desde el punto de vista de la libertad y de cómo han influido los medios de comunicación, quiero decir que recuerdo cuando al señor Senador Gargano se le ocurrió lo del plebiscito. En ese momento, el Frente Amplio estaba bastante retraído y él "largó" el plebiscito. Los medios de comunicación comenzaron a publicitar esa promoción de ese plebiscito y se ganó. Lo recuerdo como si fuera hoy. Eso ocurrió porque, felizmente, este país tiene una libertad de opinión magnífica frente a la demanda de todos los grupos políticos; lo que dijo el señor Senador Couriel no sólo ocurre en el interior. Le puedo decir que a veces cuento la cantidad de representantes del Frente Amplio que van a los canales y el porcentaje es mayor, ganan en un 60 % frente a un 40 %, sin ninguna duda. Esto es posible, por ejemplo, porque algunos de ellos hacen mejor "marketing", como el caso del señor Senador Mujica.

Creo que estamos en un país magnífico y la oferta del medio también posibilitó una gran distribución del aire. A su vez, los periodistas tienen una libertad muy singular en este país, tal como podemos ver quienes chequeamos los medios y vemos cómo responden.

Difícilmente hoy se podría decir que hay algún político censurado por algún medio de comunicación; eso es prácticamente imposible. Creo que el Uruguay se ha, digamos, extendido en el tema de la libertad de opinión. Es más; hay periodistas que convocan mucho más a políticos del Frente Amplio al canal oficial que a los que no lo son, y esto es algo que lo sabe el señor Senador Couriel.

La crisis de los medios es conocida, porque este es un país chico. Cuando el Estado se repliega y deja de ofrecer publicidad y de intervenir, también se retrae, se achica lo privado. También en los países más desarrollados el Estado interviene en una forma impresionante.

Entonces, los medios sufren la megaproducción de medios nuevos que surgen. Jamás ANDEBU pensó en plantear que no hubiera oferta de medios; se adjudicaron y repartieron muchos y se achicó el mercado y bajaron los precios. Los costos de los insumos de los medios siguen aumentando y, como un reloj, hay que pagar UTE, ANTEL, repuestos, etcétera. Por ejemplo, el viernes de noche se nos "cayó" la radio y tuvimos que cortar la trasmisión a pesar de que teníamos prevista la presencia del psicólogo argentino Jorge Bucay. Felizmente, hay solidaridad entre los medios y hoy estamos saliendo bien al aire, entre otras cosas, porque nos llegaron los repuestos de los Estados Unidos. Ahora bien; hay que tener en cuenta que cualquier repuesto vale un dineral y que nuestro país no produce de ningún tipo, ni tampoco nuestros vecinos. Los medios de comunicación necesitan instrumental de Italia, de los Estados Unidos, de Alemania, etcétera.

Decía que los costos han aumentado. Por ejemplo, el BPS es un reloj y hay que pagar. El tema es, entonces, que en el caso específico de Montevideo los medios de comunicación no han tenido ningún incentivo que nos sirva de ayuda en este momento de crisis.

Creemos que la organización que representamos ha sido extremadamente democrática de un lado hacia el otro, ha invitado a personalidades políticas de todos los partidos políticos representados en el Uruguay y en ella hemos departido en torno a temáticas fundamentales. Todos los medios, es decir, la radio, la televisión, están abiertos a todos los partidos políticos para que en el Uruguay podamos disfrutar de la democracia y entre todos construir y reconstruir una sociedad como corresponde.

Seguramente, los señores Senadores habrán podido observar cómo se ha achicado la oferta de periodistas. En una época, hasta la hora 24:00 aparecía Cristina Morán ofreciendo su periodismo en una radio y hoy eso es imposible, porque los costos operativos son muy altos. Hoy no es posible tener una radio a full como tuvimos nosotros en ALFA FM, con 35 personas, ofreciendo una propuesta del nivel de una AM. Así trabajó una cantidad de años; pero no se achicó únicamente por la situación política, sino que también por un problema económico no pudo mantener esa propuesta.

Quiere decir que también la democracia sufre cuando los medios de comunicación sufren, y ahora estamos sufriendo todos: los canales abiertos, los canales cerrados, las radios. Por eso hemos venido aquí a pedir ayuda, para que podamos ir paliando esta tremenda crisis que vivimos.

Felizmente, me voy muy reconfortado por la participación en esta reunión, porque veo que se conoce y entiende el problema, por lo que tenemos esperanza de que se nos ayude a solucionarlo. No hemos venido a pedir por pedir, puesto que la situación es más difícil de lo que uno se puede imaginar. Les digo que, inclusive, en el mercado uno va a disputar un aviso y muchas veces lo que arranca en diez llega a dos y termina otra radio cobrando uno. Es una situación espantosa, pero esa es la verdad.

Creemos que los medios son las vías de comunicación entre el poder político y el poder civil, y son los que están sugiriendo posibilidades de solución.

Quería intervenir y saludar a los viejos amigos que tengo acá, y decirles que vine fundamentalmente a apoyar esta gestión de ANDEBU. Debo explicarles que es muy grave la situación que estamos viviendo.

SEÑOR MILLOR.- La intervención del consejero Abuchalja me ahorró bastantes palabras de lo que iba a manifestar. Escuchando a mi colega, el señor Senador Couriel, daba la impresión como de que habría una cierta marginación de determinados Partidos Políticos, y todos los aquí presentes somos integrantes de alguno. Para mí, no es así. Durante el Período pasado -en éste lo hemos dejado de hacer- nos tomamos el trabajo de contabilizar el reparto de minutos -por decirlo de alguna manera- que los informativos

televisivos daban a cada Partido. Constatamos que durante tres años consecutivos el Frente Amplio superó en minutos de televisión la suma que el Partido Colorado y el Partido Nacional tenían en los informativos. Y esto lo digo sin agravio y sin envidia. Inclusive, en este Período debe estar más o menos en el mismo porcentaje, aunque no superan al Partido Colorado y el Partido Nacional sumados.

También me ha sucedido -reconozco que en muy pocas ocasiones y no recientemente- que en alguna radio, claramente vinculada con la izquierda, no he tenido derecho a la réplica a pesar de haber sido aludido e injuriado. En realidad, me quedo con la primer visión del señor Senador Couriel; lo que él vive en el interior es lo que se vive en las radios y en los canales televisivos de Montevideo, donde la oportunidad es para todos. En cuanto a lo que dije del conteo de minutos en los informativos de televisión -reitero que es sin agravio y sin envidia- simplemente constato que es un dato objetivo. Teníamos gente pura y exclusivamente dedicada a eso, aunque tampoco hacía falta mucho; teníamos que tener tres personas, una para Canal 4, otra para Canal 10 y otra para Canal 12 y hacer la sumatoria de minutos, por supuesto que teniendo en cuenta la vinculación que teníamos con ANDEBU, y que vamos a seguir teniendo, porque siempre le vamos a "dar una mano". Muchas veces, ese panorama de clara democracia y de igualdad de oportunidades que brinda la radiodifusión y los canales de televisión de Montevideo y del interior -que es una de las cosas que hace grande a este país y a la democracia- se ve desmerecido por cosas que nada tienen que ver con los propietarios de los medios y mucho con algunos pocos periodistas. Esto lo digo, simplemente, a título anecdótico, porque con muchos de ustedes hemos intercambiado anécdotas que constan en las versiones taquigráficas. Me ha sucedido, por ejemplo -por suerte, pocas veces- que un señor periodista de un departamento del interior un día se le antojó que primero tenía que ir a la radio de él y luego a otra. Resultó que no pisó nunca más ese programa matinal, porque bueno sería que a un Senador de la República le marcaran el itinerario. Me parece que es un exabrupto y una exageración. El otro día, en otro departamento, me encontré con la novedad de que en una de las cuatro o cinco emisoras -ese es el gran drama, que hay cuatro, cinco o seis emisoras por ciudad- a partir de ese día, la presencia era en exclusiva para esa emisora o a esa emisora no se entraba, y acá, ¡exclusividades, no! Otra anécdota: en un canal de cable de un pueblo del interior -muy querido para mí- las entrevistas se cobran. Marco estos tres ejemplos, que son los únicos que me han ocurrido en veinte años de recorrer permanentemente el país, y no en forma zafral, y de conocer prácticamente por su nombre a casi todos los periodistas del interior y saber hasta casi de memoria cuáles son sus horarios. Y si estas tres anécdotas interesan, ¿por qué no mencionar nombres? Después, personalmente, voy a trasmitírselos a alguno de ustedes, porque son cosas que a veces desmerecen el concepto que se pueda tener del propietario del medio, cuando me consta que en los tres casos éste no tenía absolutamente nada que ver con el humor del periodista de turno.

Muchas gracias, señor Presidente.

SEÑOR GARGANO.- Quiero agradecer a la delegación que nos visita la información que nos ha proporcionado. A su vez, vamos a recoger los planteos y los vamos a examinar.

Por otro lado, quiero expresarles -porque lo deben saber- que vamos a recibir a los otros participantes de los medios, desde luego a los periodistas, como así también a las radiodifusoras del interior, es decir, a todas las partes involucradas en este tema.

Aprecio mucho la información y lo concreto de los planteos. Ahora bien; como ustedes comprenderán, me reservo la opinión sobre cada uno de los puntos para el debate que podamos tener en la Comisión, porque acostumbramos a escuchar a los invitados y luego a intercambiar opiniones para llegar a una conclusión.

De modo que de mi parte, muchas gracias.

SEÑOR RIESGO.- Le quisiera preguntar al doctor Lerena, que fue el que planteó el tema, si tienen hecho un estimativo de cuántas radios comunitarias existen en Montevideo y el interior del país. A su vez, si tienen algún tipo de medición de cuánto afectan dichas radios y qué material nos podrían acercar con respecto a estas radios ilegales.

SEÑOR LERENA.- La estimación de las radios ilegales no es fácil de hacer porque es un fenómeno muy dinámico, en el sentido de que se ha venido produciendo un proceso de crecimiento del fenómeno, producto de que no ha habido -como nosotros pensamos que sí debería haber existido- una actividad -y digámoslo con todas las letras- represora del Gobierno o del Estado en este tema, que es flagrantemente ilegal. En nuestra legislación, para operar una emisora de radio se requiere de una autorización. Las empresas representadas por ANDEBU o por otras organizaciones, como ser RAMI, han gestionado un permiso y cumplen con todas sus obligaciones legales.

Tenemos un fenómeno que ha venido surgiendo y desarrollándose desde hace unos pocos años. Hay una ilegalidad en un sector de actividad muy particular, donde las empresas que funcionan legalmente están fuertemente controladas por el Estado. Y, paradójicamente hay otras organizaciones que hacen emisiones de radiodifusión que están funcionando totalmente al margen de cualquier control.

En cuanto a lo que preguntaba el señor Senador con respecto a la cantidad de radios comunitarias, podemos decir que estaríamos hablando, en todo el país, de alrededor de 200 a 300 radios ilegales. Muchas de ellas funcionan en determinados horarios, generalmente, en los nocturnos para eludir los controles. La posición de ANDEBU en este tema ha sido muy clara. Consideramos que debiera tipificarse como delito las transmisiones de radiodifusión sin autorización. Y esto se lo hemos planteado en sucesivas oportunidades al Gobierno e, inclusive, en su momento, hubo un proyecto de ley que tipificaba como delito las emisiones de radiodifusión sin autorización.

Si se me permite, quiero hacer alusión, además, a dos puntos sobre los cuales hablaba el señor Senador Couriel.

En primer lugar, deseo destacar lo siguiente. Nuestro planteo, si bien de alguna manera terminamos hablando, fundamentalmente, del tema de la exoneración tributaria y de su aplicación a las radios de Montevideo y a la televisión abierta del interior -porque son las dos modalidades de radiodifusión que en este momento no la tienen- contiene planteos más institucionales y estructurales, y no solamente tributarios y coyunturales.

ANDEBU tiene una gran expectativa respecto a la contribución que esta Comisión pueda realizar para mejorar la situación de la radiodifusión y, en ese sentido, nos ofrecemos a continuar trabajando con ella. Sabemos que hay otras instituciones -como lo señalaba el señor Senador Gargano- que también tienen su protagonismo en la radiodifusión y que serán escuchadas -lo que nos

parece muy bien- con las cuales trabajamos conjuntamente; lo hacemos, entre otras, con APU, RAMI y la Cámara de Televisión para Abonados. Nos parece que también sería importante trabajar con ellas en la búsqueda de soluciones a los problemas de los medios de comunicación social.

En cuanto a dos planteos concretos que hizo el señor Senador Couriel, quiero decir lo siguiente. En primer lugar, quiero dejar en claro que a ANDEBU no le molesta el SODRE. Consideramos que es importante que haya un organismo de radiodifusión estatal que satisfaga necesidades que no siempre colma la privada. También nos interesa destacar el carácter complementario y subsidiario que asignamos a esa función del SODRE. Nuestro problema es que históricamente -para no hablar del momento actual, en donde podríamos ingresar a una discusión sobre cómo está cumpliendo actualmente el SODRE sus funciones- hemos tenido una fuerte diferencia de criterios en cuanto a cómo se ha administrado ese organismo. Además, creemos que en muchas ocasiones el SODRE ha hecho una competencia -no diría relevante, pero sí desde el punto de vista de los criterios y de los principios- que consideramos desleal, con las empresas de radio. Digo esto, porque tratándose de un organismo que, incluso en la ley, tenía -ahora no lo tiene- un privilegio desde el punto de vista de la publicidad de los organismos del Estado y cuenta con una financiación de sus actividades a través de recursos de la sociedad, vía presupuestal, podía vender publicidad a precios que no eran los del mercado.

Tampoco estamos de acuerdo con las tercerizaciones que realizaba, y continúa efectuando, el SODRE. Que quede claro que no tenemos una oposición de principios a la existencia de la radiodifusión estatal si cumple adecuadamente una función complementaria y subsidiaria.

Con respecto al tema de la competencia, de la cantidad y de la variedad de radios, creo que -es un poco lo que se ha dicho aquí; el propio señor Senador lo señalaba- si hay algo que caracteriza a la radiodifusión de nuestro país, es justamente la competencia, la variedad y la cantidad de radios y de información, el pluralismo. El señor Senador Millor hablaba de mediciones que se habían hecho sobre los minutos de intervención de los distintos partidos políticos. Creo que es suficiente con que nosotros en la mañana encendamos la radio y recorramos el dial de las distintas emisoras de Montevideo o de cualquier ciudad del interior para poder valorar la variedad y la pluralidad de nuestras emisoras de radio, tanto desde el punto de vista político como de las organizaciones sociales.

Además, esto es una exigencia de la sociedad. Una radio que en la actualidad no maneje su programación con criterios de profesionalismo y pluralismo, dando acceso a su audiencia a toda la información, seguramente está destinada a no desarrollarse en toda su potencialidad.

Creo que lo que hoy caracteriza a la radiodifusión de nuestro país es, precisamente, la variedad y el pluralismo.

SEÑOR SOSA.- Simplemente, deseo indicar que vamos a hacer llegar a los miembros de esta Comisión la respuesta a la pregunta del señor Senador Couriel, es decir, cuál es la postura de ANDEBU con respecto a cómo asignar medios de difusión.

En ese sentido, quiero aclarar que desde el año 1994 hemos presentado a las distintas autoridades un proyecto relativo a cómo deberían asignarse los medios de difusión. Pero nunca tuvimos suerte. En ese proyecto se explicitan muchos detalles y se incluyen fórmulas de cómo debería hacerse.

También vamos a enviar a los señores Senadores otro documento sobre un tema que no hemos analizado en el día de hoy: la digitalización de la emisión, que es el futuro de la radiodifusión. Pensamos que en este tema es necesario adoptar una postura a nivel nacional. La forma en que se emita en el futuro debe ser decidida por los distintos ámbitos del sector político y del de la radiodifusión. Hay que tener en cuenta que es un cambio tecnológico. A nivel mundial, se ha expresado que el cambio del parque, tanto de la emisión como de la recepción, implicaría una inversión de U$S 6.000:000.000.

Creemos que el momento que vive nuestro sector a nivel regional, indica que estos no son los tiempos adecuados para realizar ese tipo de cambio, a pesar de que la presión que existe a nivel mundial es muy grande.

SEÑOR LERENA.- Pienso que el problema es cómo conjugar la necesidad de que haya una muy buena cantidad de radios que asegure el pluralismo, la variedad de información, el acceso de todas las organizaciones y personas a los medios, con el hecho de que la radiodifusión privada se financia con publicidad -lo cual nos parece bien- es decir, con recursos provenientes del mercado. Por tanto, hay que tener en cuenta las posibilidades que brinda el mercado de cada localidad para que esos medios de radiodifusión -como decíamos hoy- puedan tener los instrumentos que les permitan desarrollarse desde el punto de vista de sus recursos humanos y técnicos, en toda su plenitud, a fin de cumplir íntegramente su función. Evidentemente, aquí radica uno de los grandes temas, o sea, el conjugar estas dos necesidades.

SEÑOR PRESIDENTE.- En nombre de los miembros de esta Comisión, deseo agradecer la presencia de los señores representantes de ANDEBU, a quienes desde ya les adelanto que comenzaremos a trabajar en este tema dentro de quince días.

Si los señores Senadores están de acuerdo, la Presidencia establecerá para la próxima sesión las metas y objetivos a analizar y en la siguiente reunión se realizarán las audiencias correspondientes.

No habiendo más asuntos a tratar, se levanta la sesión.

(Así se hace. Es la hora 16 y 44 minutos)

Montevideo, julio de 2003

Señor Presidente de la

Comisión Especial sobre los

Medios de Comunicación Social

Don Honorio Barrios Tassano

Presente

De nuestra consideración:

Nuestra Institución, la Asociación Nacional de Broadcasters Uruguayos (ANDEBU) es una organización gremial que representa, desde hace 70 años la radiodifusión nacional, asociando Emisoras de radio de AM, FM, televisión abierta y para abonados de Montevideo e Interior del País.

Es fundadora y afiliada de la Asociación Internacional de Radiodifusión (AIR) ha contribuido con el aporte de distinguidas personalidades a la elaboración y consolidación de una doctrina cuyos principios y postulados constituyen pautas orientadoras de la acción de la radiodifusión privada en el mundo.

Entre otras manifestaciones la Asamblea General de ANDEBU aprobó en 1992, una Declaración de Principios cuyo texto le adjuntamos.

El Consejo Directivo de ANDEBU ha considerado particularmente importante la creación, por la Cámara de Senadores de esta Comisión Especial sobre los Medios de Comunicación Social y tiene la firme expectativa de que esta creación se traduzca en resultados positivos y concretos en la recuperación de este sector de tan vital importancia en el desarrollo social, económico y cultural de la sociedad uruguaya.

Nuestra Asociación ha elaborado unos breves apuntes sobre ciertos temas de interés general para la radiodifusión, sin perjuicio de otros temas también muy importantes desde el punto de vista de la adopción de medidas concretas para la superación de la actual crisis económica, la mas grave de su historia, de los medios de comunicación social en el país.

Carlos Giacosa María Celia Fontaina

Secretario Presidenta

MEMORANDUM

CONSIDERACIONES GENERALES

"En el nuevo escenario mundial, globalizado y competitivo, una política de desarrollo integral del país, debe contar, como uno de sus elementos fundamentales, con una estrategia de fortalecimiento de su radiodifusión y medios de comunicación en general."

La radiodifusión (radio y televisión) es el medio de comunicación social más importante en las sociedades actuales y su desarrollo exige una política de Estado, con participación de los radiodifusores, que trascienda las circunstancias políticas y proporcione un marco adecuado y previsible para el ejercicio de la actividad.

La globalización no disminuye, al contrario, acentúa la importancia de los medios de comunicación social en las estrategias de desarrollo económico, social y cultural del país.

<u>En el nuevo escenario mundial, globalizado y competitivo, una política de desarrollo integral del país, debe contar con una estrategia de fortalecimiento de su radiodifusión y medios de comunicación en general.</u>

<u>Toda política de Estado en materia de comunicaciones debiera tener como uno de sus criterios cardinales la protección de la radiodifusión establecida en el país como instrumento de promoción de las pautas y valores que constituyen el patrimonio e identidad cultural de nuestra sociedad. Los medios de comunicación social son, además, el vehículo indispensable para la realización de la libertad de expresión del pensamiento y el derecho de información, sustento de la convivencia democrática y pluralista de las sociedades.</u>

El espacio electromagnético es un recurso natural limitado que el Estado administra y en cuya ocupación y explotación debe priorizarse el interés nacional, y es por esto que las legislaciones de los países, la nuestra también, atribuyen la asignación y explotación de las frecuencias a sus ciudadanos.

NEGOCIACIONES Y REGULACIONES INTERNACIONALES Y REGIONALES

"El creciente aspecto transnacional de las telecomunicaciones en general y de la radiodifusión en particular, implican, cada vez más, decisiones y criterios internacionales e imponen una presencia continua y capacitada del gobierno y del sector privado, actuando en conjunto, en los foros internacionales. "

El creciente aspecto transnacional de las telecomunicaciones en general y de la radiodifusión en particular, implican, cada vez más, decisiones y criterios internacionales e imponen una presencia continua y capacitada del gobierno y del sector privado, actuando en conjunto, en los foros internacionales.

Las regulaciones y decisiones que se adoptan en el ámbito internacional (en la UIT o la OMC por ejemplo) repercuten en nuestro país. Por eso es importante tener una presencia capacitada en el tema en estos organismos internacionales que promueva y defienda criterios convenientes para nuestro país.

Lo mismo cabe decir de la Conferencia Interamericana de Telecomunicaciones (CITEL) donde se discuten y preparan, a nivel regional, los temas de telecomunicaciones y radiodifusión.

Por otra parte, el MERCOSUR debe servir como palanca que potencie los esfuerzos de sus países miembros en los foros internacionales y regionales, por lo cual constituye una prioridad procurar la discusión en el MERCOSUR de los grandes temas y problemas que se discuten y resuelven a nivel internacional y regional, de manera de coordinar los criterios y acciones.

<u>Es imprescindible que la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicación disponga de los recursos humanos y económicos adecuados para afrontar la misión que le incumbe en el ámbito</u>

nacional, y también, especialmente, los ámbitos internacionales y regionales.

LA LIBERTAD DE EXPRESION DEL PENSAMIENTO, EL DERECHO DE INFORMACIÓN Y LA RADIODIFUSIÓN PRIVADA

"Las declaraciones de principios de ANDEBU y de AIR destacan la importancia de la radiodifusión privada, que garantiza la variedad de información, como medio para el ejercicio de esta libertad y elemento esencial de una sociedad pluralista y democrática."

La libertad de expresión del pensamiento, en todas sus modalidades, es un pilar fundamental de la convivencia democrática. Lo que verdaderamente caracteriza esta convivencia democrática, sin ser por ello razón suficiente de la felicidad de los pueblos, no es la simple elección de los gobernantes por los gobernados, sino la libre formación, expresión y circulación de las ideas y de las informaciones. La Constitución consagra en el art. 28 la libertad de expresión del pensamiento en los más amplios términos, comprensivos de cualquier modalidad de expresión, excluyendo expresamente la censura previa.

Por su parte, las declaraciones de principios de ANDEBU y de AIR destacan la importancia de la radiodifusión privada, que garantiza la variedad de información, como medio para el ejercicio de esta libertad y elemento esencial de una sociedad pluralista y democrática.

Las libertades y derechos fundamentales no son absolutos y tienen ciertas limitaciones resultantes de la aplicación de principios y criterios reconocidos universalmente (la moral, el derecho de los demás, etc.).

La libertad de expresión del pensamiento y el derecho de información, también tienen, pese a su especial importancia, limitaciones. La Constitución de la República, luego de consagrar con amplitud esta libertad, establece la responsabilidad del autor, del redactor o editor en su caso, por los abusos que se cometieren.

De lo dicho, resulta que el abuso en el ejercicio de estos derechos, origina una responsabilidad, reglamentada por la ley y que debe establecerse con particular cuidado, teniendo en cuenta el valor fundamentalísimo de estos derechos. Primero y antes que nada debe tratarse de un régimen de responsabilidad "a posteriori" que excluya la censura previa. Las responsabilidades penales y civiles por los abusos deben establecerse con ponderación, de manera que no constituyan una forma indirecta de censura previa por el atemorizamiento de los comunicadores, mediante "responsabilidades" a posteriori, excesivamente gravosas que induzcan a la autocensura.

En definitiva, resulta claro, a nuestro juicio, que la libertad de expresión del pensamiento, en todas sus modalidades (libertad de prensa, derecho a la información, etc.) es un derecho que tiene, por su incidencia en la conformación democrática de las sociedades, una relevancia muy especial. Si bien "libertad de prensa" no es irresponsabilidad, al contrario, implica para quien ejerce esta libertad una alta responsabilidad ética y responsabilidades jurídicas de orden penal y civil, es preciso tener en cuenta que la regulación legal de estas responsabilidades tiene una importante incidencia en la configuración de una verdadera y auténtica ¨libertad de prensa¨ en una sociedad o de una "libertad de prensa" restringida y cercenada por la censura o la autocensura.

El régimen de protección de la libertad de información y de expresión del pensamiento por medio de la radiodifusión, debe consagrar las mismas garantías que aseguran la libertad de prensa gráfica y los demás medios de difusión

La libertad de expresión comercial, es una manifestación de la libertad de expresión del pensamiento, y como tal, tiene el reconocimiento y la protección constitucional. Las limitaciones a esta libertad no pueden ser otras que las limitaciones que con carácter general se establecen para la libertad de expresión de pensamiento y el derecho a la información.-

Por último, es a los responsables de los medios de comunicación que compete establecer los principios éticos que han de regular su actividad, debiendo tener el radiodifusor en la elección de su programación y de la publicidad, la más alta libertad que deberá ejercer a su vez con la más amplia responsabilidad y excelencia, teniendo en cuenta su criterio, las características de su audiencia y los criterios contenidos en la Declaración de Principios de ANDEBU.

TITULARIDAD Y ADJUDICACION DE LAS FRECUENCIAS RADIOELECTRICAS

-

-

LA TITULARIDAD DE LAS FRECUENCIAS PARA RADIODIFUSION

"Es contrario a principios lógicos y jurídicos, que el Estado convoque a los particulares a explotar frecuencias de radiodifusión de que dispone, éstos hagan grandes esfuerzos de inversión económica, de creatividad, obtengan una audiencia, valoricen esa frecuencia, y luego pudieran ser desplazados de la explotación de esa frecuencia como simples ocupantes precarios".

Es un criterio hoy unánimemente reconocido, que las frecuencias para radiodifusión, pertenecen a la comunidad internacional y que ésta, por tratados y convenios, realiza su distribución entre los Estados, quienes ejercen la administración de las mismas de acuerdo con los principios y normas internacionales y su legislación interna.

En nuestro país la explotación de las frecuencias para radiodifusión cuya administración corresponde al Estado, ha sido asignada, en su gran mayoría, a los particulares, mediante llamado público a interesados.

Hay una concepción bastante difundida, incluso a nivel de gobierno, de que esta adjudicación es "precaria" y "revocable en cualquier momento". No es así, es contrario a principios lógicos y jurídicos, que el Estado convoque a los particulares a explotar frecuencias de radiodifusión de que dispone, éstos hagan grandes esfuerzos de inversión económica, de creatividad, obtengan una audiencia, valoricen esa frecuencia, y luego pudieran ser desplazados de la explotación de esa frecuencia como simples ocupantes precarios.

No ha habido, en la historia de la radiodifusión, salvo algún caso aislado y luego revisto, ninguna situación en que el Gobierno haya dispuesto la revocación de la adjudicación de un permiso, haciendo valer exclusivamente, la condición de precario del radiodifusor.

ADJUDICACION DE LAS FRECUENCIAS PARA RADIODIFUSION

"Una radiodifusión sólida, profesional e independiente reposa en empresas capaces de desarrollar todas sus potencialidades en el campo técnico, en el campo de la programación, en el campo periodístico, etc., con el único sustento de la publicidad comercial."

Nuestro país tiene, seguramente, uno de los más altos índices en el mundo para no decir el más , de cantidad de radios por habitante, excediendo largamente todos los parámetros que

normalmente manejan las Administraciones de los Estados. Esto ha producido una ostensible "saturación" en todas las localidades del país.

Hay ciudades, en nuestro país, que con aproximadamente 30 mil habitantes y un movimiento comercial muy limitado, tienen cinco radios, un canal de televisión abierta, y una o dos empresas de televisión para abonados con canales de generación propia que también basan sus únicos ingresos en la publicidad comercial, lo que suma dos o tres canales de televisión local.

La situación puede parecer, en apariencia, muy democrática y plural, pero es en realidad absurda e insostenible en un plazo no demasiado largo. Es más que difícil en estas condiciones, para no decir milagroso, incorporar los progresos tecnológicos, contar con recursos humanos profesionales y capacitados y con los medios materiales indispensables, para no solamente sobrevivir, sino para desarrollarse en un mundo, particularmente el de los medios de comunicación, cada vez más globalizado y competitivo.

Si bien es cierto que una buena cantidad de radios contribuye al pluralismo y variedad de la información y de la programación en general, lo que es positivo, también es preciso tener en cuenta que una radiodifusión sólida, profesional e independiente reposa en empresas capaces de desarrollar todas sus potencialidades en el campo técnico, en el campo de la programación, en el campo periodístico, etc., con el único sustento de la publicidad comercial.

ANDEBU, desde hace varios años, viene planteando, sin mayores resultados, una serie de consideraciones sobre principios y criterios, que a su juicio, se deberían aplicar en la distribución de nuevas frecuencias de radiodifusión, de manera que esa distribución se realice en forma orgánica y racional con una conjugación equilibrada de los diversos intereses en juego.

Estos criterios se pueden resumir en los siguientes puntos:

* Si bien es cierto que el criterio de la defensa del aspecto radioeléctrico, impone, en principio, la asignación de las frecuencias adjudicadas al Estado, también es cierto que esa defensa reposa fundamentalmente en empresas de radiodifusión capaces de desarrollar todas sus potencialidades.

* Al plantearse la posible asignación de frecuencias y por tanto nuevas empresas de radiodifusión, es imprescindible tener en cuenta la proyección económica que toda nueva asignación tiene sobre las empresas que operan y van a operar en el área.

* Los cambios tecnológicos, van operando con el tiempo, la sustitución de ciertas modalidades de radiodifusión por otras, produciéndose un desplazamiento ajeno a la eficiencia del radiodifusor. Un criterio orgánico y racional de asignación de frecuencias, debería contemplar la situación, continuidad y desarrollo de los radiodifusores establecidos, con especial énfasis en aquellos que operan ondas en modalidades que el advenimiento de nuevas tecnologías y modalidades van desplazando.

EMISORAS ILEGALES

"se trata de una situación flagrantemente ilegal que no es ajena a propósitos políticos, religiosos o de otra índole."

ANDEBU y la Asociación Internacional de Radiodifusión - AIR - están especialmente preocupadas por el fenómeno de las emisoras ilegales mal llamadas "comunitarias".

Este fenómeno se ha comenzado a propagar peligrosamente en nuestro país, creando problemas cuyo control resulta cada vez más difícil.

Es importante remarcar que más allá del carácter "alternativo", "complementario" e incluso "travieso" con que se quiere presentar el fenómeno, se trata de una situación flagrantemente ilegal que no es ajena a propósitos políticos, religiosos o de otra índole. Resulta muy importante un control muy estricto que prevenga y evite el surgimiento y expansión de un problema que tiene diversas y graves connotaciones.

El tema de las emisoras ilegales trasciende el ámbito nacional y tiene también repercusiones internacionales poniendo en juego la responsabilidad de los Estados omisos en el control.

ANDEBU considera de fundamental importancia la aprobación de una ley que establezca el carácter delictual de la conducta de las personas que explotan ilegalmente frecuencias de radiodifusión.

RADIODIFUSION PRIVADA Y RADIODIFUSION ESTATAL

"Nuestra sociedad ha optado, acertadamente, por un sistema predominantemente de radiodifusión privada, financiado exclusivamente por la publicidad comercial, con un sector estatal (Sodre) que cumple o debiera cumplir una función complementaria, subsidiaria, desarrollando sus actividades en aquellas áreas, que siendo valiosas social y culturalmente, no son propicias para el ámbito privado."

ANDEBU viene planteando, desde hace muchos años, el problema de la definición de los roles, en la sociedad uruguaya, de la radiodifusión estatal y la radiodifusión privada.

Nuestra sociedad ha optado, acertadamente, por un sistema predominantemente de radiodifusión privada, financiado exclusivamente por la publicidad comercial, con un sector estatal (Sodre) que cumple o debiera cumplir una función complementaria, subsidiaria, desarrollando sus actividades en aquellas áreas, que siendo valiosas social y culturalmente, no son propicias para el ámbito privado.

El SODRE, por otra parte, comercializa publicidad en el ámbito privado, compitiendo con las empresas de radiodifusión privada. En este caso, la empresa pública, que cuenta con fondos presupuestarios (provenientes de impuestos) y un déficit que cubre Tesorería, se encuentra en condiciones de comercializar publicidad a precios que no son los de mercado distorsionando la competencia.

El asunto se agrava aún más cuando ese Organismo, desconociendo el rol complementario y subsidiario incursiona en políticas competitivas que, desvirtuando su misión, empeoran los problemas de competencia comercial.

Por último, consideramos improcedente la cesión de espacios a privados (venta de espacios o "pseudo coproducciones") para la emisión de programas que generalmente responden al interés y provecho del contratatista del espacio y no al cumplimiento de los fines del Organismo público.

Un servicio del Estado con cometidos culturales, financiado mediante recursos presupuestales y con una protección legal en cuanto a la inversión estatal en publicidad, no debería competir en el campo comercial con la radiodifusión privada. No debiera tampoco favorecer a terceros privados, proporcionándoles una infraestructura empresarial y la posibilidad de utilizar frecuencias radioeléctricas, sin efectuar inversiones, sin asumir mayores riesgos y sin cumplir las condiciones legales que implica la instalación y funcionamiento de una emisora de radiodifusión privada.-

PUBLICIDAD ESTATAL

-

Importancia de la publicidad Estatal

"Los criterios con que se realiza la publicidad del Estado son mejorables y deben mejorarse, sin embargo, pensar por esto o sostener que esa publicidad tIene un efecto superfluo, prescindible y peor aún, que se trate de una corruptela entre los gobernantes de turno y los medios de comunicación, es una actitud simplista e injustificable."

No cabe duda que el manejo de la publicidad de los organismos del Estado no siempre es el más adecuado. Andebu ha planteado, más de una vez, la conveniencia de que a la publicidad estatal se apliquen criterios de eficiencia, transparencia y equidad.

Sin perjuicio de ello, es un gran error pensar que el gasto del Estado en publicidad es superfluo y prescindible.

Es un error, primero y antes que nada, porque gran parte de este gasto es en información absolutamente indispensable, sin la cual la comunicación de esos organismos con el público y por tanto su actividad, quedarían paralizadas.

Por otra parte, es un criterio indiscutible de las sociedades modernas que la publicidad no es un gasto, sino una inversión imprescindible para el desarrollo de las organizaciones. Todas las organizaciones, cualquiera sea su índole, tienen una política y acciones de promoción de sus actividades, productos, resultados, etc.

En nuestro país, más allá de los gustos y opiniones de cada uno, es indudable que hay un Estado muy desarrollado, que desempeña una gran cantidad de cometidos, entre ellos industriales, comerciales y de servicios.

Este Estado tiene, como toda organización debe tener, para el cumplimiento de sus actividades y el éxito de su gestión, una amplia y adecuada comunicación con el público; que se realiza a través de los medios y que naturalmente tiene un costo.

Las empresas más importantes del país son empresas públicas, y éstas tienen productos que ofrecer y vender al público y también una imagen que promocionar. Es absurdo pensar que el esfuerzo de reestructura y mejoramiento de ciertas empresas estatales fuera completo, si no se hubiese acompañado una publicidad que reforzara la percepción de la sociedad sobre esos cambios. El carácter monopólico de algunas de estas empresas, tiene poca incidencia ya que pensar que la imagen y resultados de esas empresas serían los mismos sin publicidad, es de una simplicidad aterradora.

Asimismo, los medios de comunicación están prestando continuamente una importante colaboración gratuita a los organismos del Estado, informando sobre los objetivos, actividades, problemas y resultados del Estado y sus organismos.

En definitiva, los criterios con que se realiza la publicidad del Estado son mejorables y deben mejorarse, sin embargo, por esto pensar o sostener que esa publicidad tiene un efecto superfluo, prescindible y peor aún, que se trate de una corruptela entre los gobernantes de turno y los medios de comunicación, es una actitud simplista e injustificable.

Distribución equitativa de la publicidad estatal

-

"sería un criterio saludable que en las campañas publicitarias pagas de organismos estatales, las pautas se canalicen en forma equitativa a los medios que resulten más adecuados, en base a consideraciones técnicas como las características del producto o servicio, del consumidor o usuario y el mercado."

Los medios de radiodifusión en el desarrollo de sus funciones informativas y periodísticas, prestan un continuo apoyo a las diversas actividades estatales, estando permanentemente a disposición de los organismos públicos para difundir gratuitamente mensajes de interés público, siendo habitualmente reclamados por esos organismos, por ser un vehículo probadamente eficiente para ello. En vastas zonas del Interior del país continúan siendo la única fuente de información de sus habitantes.

Pese a las razones apuntadas, los medios de radiodifusión, particularmente las emisoras de radio, no siempre son debidamente tenidas en cuenta cuando se trata de campañas publicitarias pagas, centrándose estas campañas en otros medios, que muchas veces no resultan los más adecuados y accesibles a los destinatarios del mensaje.

Se considera pues, que sería un criterio saludable que en las campañas publicitarias pagas de organismos estatales, las pautas se canalicen en forma equitativa a los medios que resulten más adecuados, en base a consideraciones técnicas como las características del producto o servicio, del consumidor o usuario y el mercado.

EXONERACION TRIBUTARIA DE RADIOS DE MONTEVIDEO Y TELEVISION ABIERTA DEL INTERIOR DEL PAÍS

Los servicios de radiodifusión, cumplen una función de alto interés social; por ello, la ley 14.670 de 1974 (ley de Radiodifusión) ha declarado que son servicios de interés público.

Los medios de comunicación y la radiodifusión en particular, no son empresas que desarrollen una actividad meramente productiva con finalidad de lucro, menos aún en el Interior del país. Cumplen una importantísima función social y cultural en condiciones económicas generalmente adversas.

Estas consideraciones han justificado que se estableciera, por ley, con toda justicia, un régimen tributario especial primero para los medios de prensa escrita y las radios de AM y FM instaladas fuera del Departamento de Montevideo (ley 13.349 de 1965 y art. 617 de la ley 16.170 de 1990) y luego extendida, por la ley de reactivación económica 17.555 del 2002 a la prensa escrita de Montevideo.

Las radioemisoras de AM y FM de Montevideo, hace mucho tiempo que vienen gestionando una exoneración tributaria, que las equipare, a las radioemisoras del Interior del país, habiendo coincidencia general sobre la justicia de su reclamo. Este criterio de justicia se ha fortalecido actualmente, por la extensión a la prensa escrita de Montevideo de las exoneraciones tributarias de la prensa escrita del Interior.

Se considera por tanto, que las mismas razones que han justificado, con total justicia, un tratamiento tributario especial para los medios de prensa escrita de todo el país y para las radios de AM y FM establecidas fuera del Departamento de Montevideo, sean aplicables actualmente a las radios de Montevideo y a la Televisión Abierta del Interior del país, y por tanto esos Medios sean equiparados a aquellos en su tratamiento tributario.

Adj.: Declaración de Principios ANDEBU - 1992 -